

# 富士見市商業活性化ビジョン

～ 活気と魅力のある街 ふじみ商業まちづくり ～

平成 16 年 3 月

富 士 見 市

## はじめに



長く低迷が続いている国内の経済にも、回復への兆しが見え始めたとの報道が増えてきました。しかしながら、私ども地方行政を担う立場からの実感といたしましては、確かな景気回復への軌道に乗るまでには、まだ時間を要するものと思われます。

こうした依然厳しい景気の問題をはじめ、社会環境の変化など幾多の難しい状況に、市内商業も直面しています。

一方、ふじみ野や鶴瀬の駅前周辺地区では、土地区画整理事業に伴う新たな開発が進められています。また、消費者からは市内商業の充実を求める要望も上がっています。

今、商業者をはじめ、私ども行政は、どのような対応を行っていくべきなのか。そのような問題意識のもとに、このたび、富士見市では、経済産業省の補助制度を活用して、市内商業の現状や課題を把握するとともに、商業活性化に向けた将来ビジョンと方策づくりの検討を行ってきました。

短い作業期間ではありましたが、検討を進める中で、消費者と商業者との認識の違いをはじめ、消費者の商業に対する不満の大きさや改善要望、商店会の活動の実情、県内における商業比較など、市内商業の問題点や課題が浮き彫りになってきました。反面、見方を変えますと、それらは、今後の活性化、転換に向けた可能性や新たなヒントを示唆するものではないかと思われます。

市内商業を取り巻く状況は、規制緩和の流れとも相まって今後も厳しさが予測されますが、新たなまちづくりに伴い都市が成長していることなどを考えますと、市内商業において大切なことは、関係者が明日に向かって新たな改善工夫や挑戦を行っていくことだと考えます。また、行政においても、市内商業が難局を乗り越え、発展していくためには、時代環境に対応した支援施策の充実が必要です。

ここに「活気と魅力のある街 ふじみ商業まちづくり」を将来像に掲げ策定いたしました「富士見市商業活性化ビジョン」を指針にして、私ども行政も皆様方と連携して、これからの市内商業の発展に努めていきたいと考えております。

最後に、策定作業においてご協力をいただきましたすべての商業関係者、消費者、専門家の皆様方に、心からお礼と感謝を申し上げます。

平成16年3月

富士見市長 浦野 清

# 目 次

## 序 章

1. 商業活性化ビジョン策定の目的 .....	2
2. 商業活性化ビジョンの位置づけ .....	2
3. 商業活性化ビジョンの構成と期間 .....	2
4. 商業活性化ビジョンに基づく計画の推進と見直し .....	2

## 第1章 富士見市商業の現状と課題

. 消費者・事業者の意向 .....	4
1. 消費者の意向 .....	4
2. 事業者の意向 .....	5
. 問題点と課題 .....	6
1. 問題点 .....	6
2. 課題の集約 .....	8
3. 課題の整理 .....	9

## 第2章 商業活性化の基本方針

. 富士見市商業の将来像 .....	12
. 富士見市商業活性化の基本目標 .....	13

## 第3章 事業計画

. 商業活性化施策の体系 .....	15
. 事業計画 .....	16

## 資料編

. 富士見市商業の現状 .....	29
1. 富士見市の概況 .....	29
2. 商業の概況 .....	34
3. 地区別商業の概況 .....	42
. 商業活性化ビジョン市民・経営者アンケート結果 .....	53
1. 調査の概要 .....	53
2. 市民アンケート調査結果 .....	54
3. 経営者アンケート調査結果 .....	82
4. 調査票 .....	111

・ 商店会実態調査結果 .....	115
1 . 調査の概要 .....	115
2 . 調査結果 .....	116

## 付属資料

1 . 富士見市商業活性化ビジョン策定体制図 .....	163
2 . 富士見市商業活性化ビジョン策定経過 .....	164
3 . 富士見市商業活性化ビジョン策定委員会設置要綱 .....	165
4 . 富士見市商業活性化ビジョン策定委員会 .....	167
5 . 富士見市商業活性化ビジョン策定委員会意見書 .....	168
6 . 富士見市商業活性化ビジョン策定委員会作業部会 .....	169
7 . 商店街魅力づくり検討会議 .....	170

# 序 章

---

## 1．商業活性化ビジョン策定の目的

経済不況の長期化をはじめ、周辺市町への大型店出店や経営者の高齢化・後継者問題等により、本市の商業は空き店舗の増加、店舗の分断や不足業種が問題になるなど、利便性が大きく低下し、復興再生への取り組みが切実な課題となっている。

一方、鶴瀬駅やふじみ野駅の周辺地区では、市の玄関口としての活気と魅力のある新しいまちづくりに向けて土地区画整理事業が施行中であり、それと連動した商業環境の形成・集積が期待されている。

また、市民・消費者からは、高齢化社会の進展や環境問題への対応なども含めて、日常生活に便利で魅力のある商店・商店街づくりが求められている。

こうしたことから、市内全域を対象に、本市の商業環境をめぐる現状、課題を整理し、今後の社会環境の変化や地域特性を踏まえ、市民ニーズへの対応や明日へのまちづくりを展望しながら、本市のあるべき商業の姿、活力ある商店・商店街の形成を目指し、商業活性化ビジョンを策定するものである。

## 2．商業活性化ビジョンの位置づけ

商業活性化ビジョンは、「富士見市第4次基本構想（平成13年度～22年度）」および「富士見市都市計画マスタープラン（平成14年度～33年度）」を踏まえるとともに、市の部門別計画を関連計画とし、整合性を図るものとする。

## 3．商業活性化ビジョンの構成と期間

商業活性化ビジョンは、「商業の現状と課題」「商業活性化の基本方針」「事業計画」で構成され、推進期間は、平成16年度（2004年度）から平成25年度（2013年度）までの10年間とする。

## 4．商業活性化ビジョンに基づく計画の推進と見直し

計画の推進にあたっては、商業者、商工会、行政が連携を密にしながら、商業者と消費者（市民）との連携、協力により商業・商店街の活性化を目指し、事業化できるものから積極的に取り組むものとする。

また、商業活性化ビジョンに基づく事業は、公平性、効率性の観点から検証・評価を行い、より効果的な施策を進めて行くとともに、商業を取り巻く環境の変化に対応するため、状況に応じて見直しを行うものとする。

## 第 1 章 富士見市商業の現状と課題

---

## ．消費者・商業者の意向

### 1．消費者の意向（商業活性化ビジョン市民アンケート調査、商店街魅力づくり検討会議の検討から）

#### (1) 消費行動

- ・市民の日頃の買物先は、生鮮食料品など毎日の買物は近所の商店や商店街を利用し、その他の食料品、日用雑貨、衣類の順で、近所から次第に遠い範囲まで買物先を広げている。
- ・生鮮食料品は近所の専門スーパーを利用し、その他の食料品は市外の総合スーパーを、日用雑貨は近所の専門スーパーかディスカウントストア、衣類はデパートを利用している。
- ・年代が60代になると、日用雑貨や衣類についても市内の商店を利用する傾向が強くなる。
- ・近所の商店や商店街を利用する頻度は、2日に1回以上利用する人が6割を占めている。うち、ほぼ毎日利用する人は、女性や40代以上の人に多く、週に1～2回のまとめ買いをする人は、男性や20～30代の比較的若い年代層となっている。
- ・毎日利用する人が多いのは、鶴瀬東地区、鶴瀬西地区、東みずほ台地区となっており、南畑地区や貝塚地区ではまとめ買いをする人が多くなっている。
- ・近所の商店の利用頻度を過去と比べてみると、どちらかという減少傾向にある。

#### (2) 商店・商店街に対する意向

- ・近くの商店や商店街に対しては、6割の人が不満に思っている。理由としては、気に入った商品がない、品揃えが悪いなど商業の質そのものを指摘する声が多く、楽しさや魅力の欠如、商業者のやる気が感じられないことなどを指摘する人が多い。
- ・商業者に対しては、商業者が消費者のニーズをとらえていないことや、商店・商店街からの情報が不足していることを指摘している。
- ・近くに欲しい商店は、総合スーパーやディスカウントストアとなっている。
- ・近くの商店や商店街に取り組んでほしいことは、こだわりや個性のある店づくり、不足業種の誘致、地元農産物の販売などとなっている。また、障害者等にも配慮した商店・商店街づくりを望んでいる。
- ・空き店舗については、不足業種等の誘致とともに、コミュニティの拠点としての活用などを期待している。
- ・市内の商業の賑わい・魅力づくりを行うためには、家族や友人と楽しめる飲食店や大型店、専門小売店の誘致を行い、駐車場・自転車置き場の整備、道路、交通網の整備といったアクセスの利便性を高め、モール化や商店街の景観を整備するなどアメニティ豊かなまちづくりを行うべきであると考えている。
- ・ふじみ野地区では、日常生活に不可欠な商業集積や街に相応しい商業施設が少ないことから、これらの商業の充実を望む人が多い。

モール：歩行者優先で、緑のある買い物空間



## 2. 商業者の意向（商業活性化ビジョン経営者アンケート調査、商店会実態調査から）

### (1) 商業者の属性（アンケート調査回答者）

- ・60歳代の人が35.2%と最も多く、次いで50歳代が32.1%となっている。
- ・後継者が決まっているお店が24.8%、後継者問題を抱えているお店が25.3%となっている。一方で一代限りのつもりで特に後を継がせないと考えている人が49.9%と約半数を占めている。

### (2) 経営状況

- ・売上高や客数の減少が著しく、昨年と比較して減少したところが6割を超え、客単価も減少している。
- ・売上高の減少が著しいのは飲食業で8割以上が売上高を減少させている。
- ・経営上の問題については、環境面では、景気低迷を問題とする人が7割を占め、最も大きな問題点としている。また、商店街の顧客吸引力の低下も1つの問題点として上げられている。
- ・内部経営面では、客数の減少が6割、客単価の減少が4割を占め、両者が経営悪化の主な要因と考えている。

### (3) 商業者が考える商店・商店街に対する消費者の評価

- ・商業者の6割強は、地域の人が地元の商店・商店街に対して満足していると考えているが、消費者は、逆に不満に感じている人が約6割となっており、両者の認識の違いをみせている。
- ・消費者は、気に入った商品がない、品揃えが悪いなどが、不満理由としているのに対して、商業者は、商店街に活気や魅力がない、駐車場・自転車置き場がない、1ヶ所でまとめて買えないことなどが不満の原因となっていると考えている。

### (4) 商店会の状況、商店会に対する意向

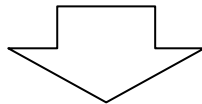
- ・商店会に加盟する商業者の高齢化が進み、商店会そのものに対する意識の低下など、役員まかせの運営が目立っている。
- ・アンケート調査では、商店会の組織運営や、情報伝達、会費について、比較的良好に感じている人が多いが、商店会活動が具体的な売上げに結びついているかどうかについては、役立っていないと感じている人が多い。
- ・商店会の取り組みとしては、駐車場・自転車置き場の設置、空き店舗の活用、こだわりや個性のある店づくり、不足業種の誘致が重要と考えている。

## . 問題点と課題

### 1 . 問題点

#### (1) 消費者の動向・意向

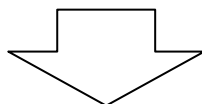
- ・消費者が地域の商業を利用する頻度は高いが、その理由は近いことが圧倒的で、当座の利用が多い。また商業者は来街する消費者をつかまえきれていない。
- ・商業者が時代やニーズをとらえておらず、意欲や改善工夫が足りないと感じている。
- ・商店や商店街からもっと情報提供が欲しいと感じている。
- ・こだわり・個性のある品揃えや店づくり、地域性を活かした地元農産物の販売などの要望が強い。
- ・市民の買物の場としての地域の商店や商店街に対する期待は高いが、商業者側の取り組みが活発でないことや情報提供の不足により、消費が市外に流出している。



商業者の認識・意欲と消費者ニーズのギャップ

#### (2) 商業者・商店街の現状

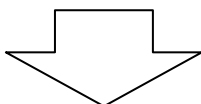
- ・商業者の高齢化、後継者不足が進み、商店・商店街の活力に影響を与えている。
- ・商店の分散や商店街の分断等により、商業集積のまとまりが小さい。
- ・日常生活に必要な消費を担うことのできる業種構成のある商店街が少ない。
- ・商店街によっては空き店舗が深刻な問題となっている。
- ・商店会活動が街路灯の維持や会員間の親睦にとどまっている商店会が多いこと、会員数の少ない商店会が多いことなどから、商店会として共同事業や、地域ニーズに応えるための対応が取られていない。
- ・道路が狭く、歩道のない商店街が多い。また商店のはみ出し陳列問題や、商店街には共同の駐車場や駐輪場の設置もなく、安心して便利に買物ができる環境になっていない。
- ・高齢化の進展への対応、地域住民との連携、商店街としての特色づくりなど、独自活動が見られない。



環境の変化の中で、市民生活を支える商業力が低下

(3) まちづくり

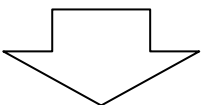
- ・楽しく買物ができる場、落ち着いてゆったりと買物ができる場というような商業環境が不足し、街の魅力が乏しい。
- ・ふじみ野駅や鶴瀬駅の周辺地区において、土地区画整理事業が施行中であるが、立地を活かした土地利用や新たな商業集積が遅れている。周辺住民からは日常生活に必要な商店の充実の要望が強い。
- ・商業の活性化と都市整備が連動していない。



商業活性化とまちづくりの連携が不足

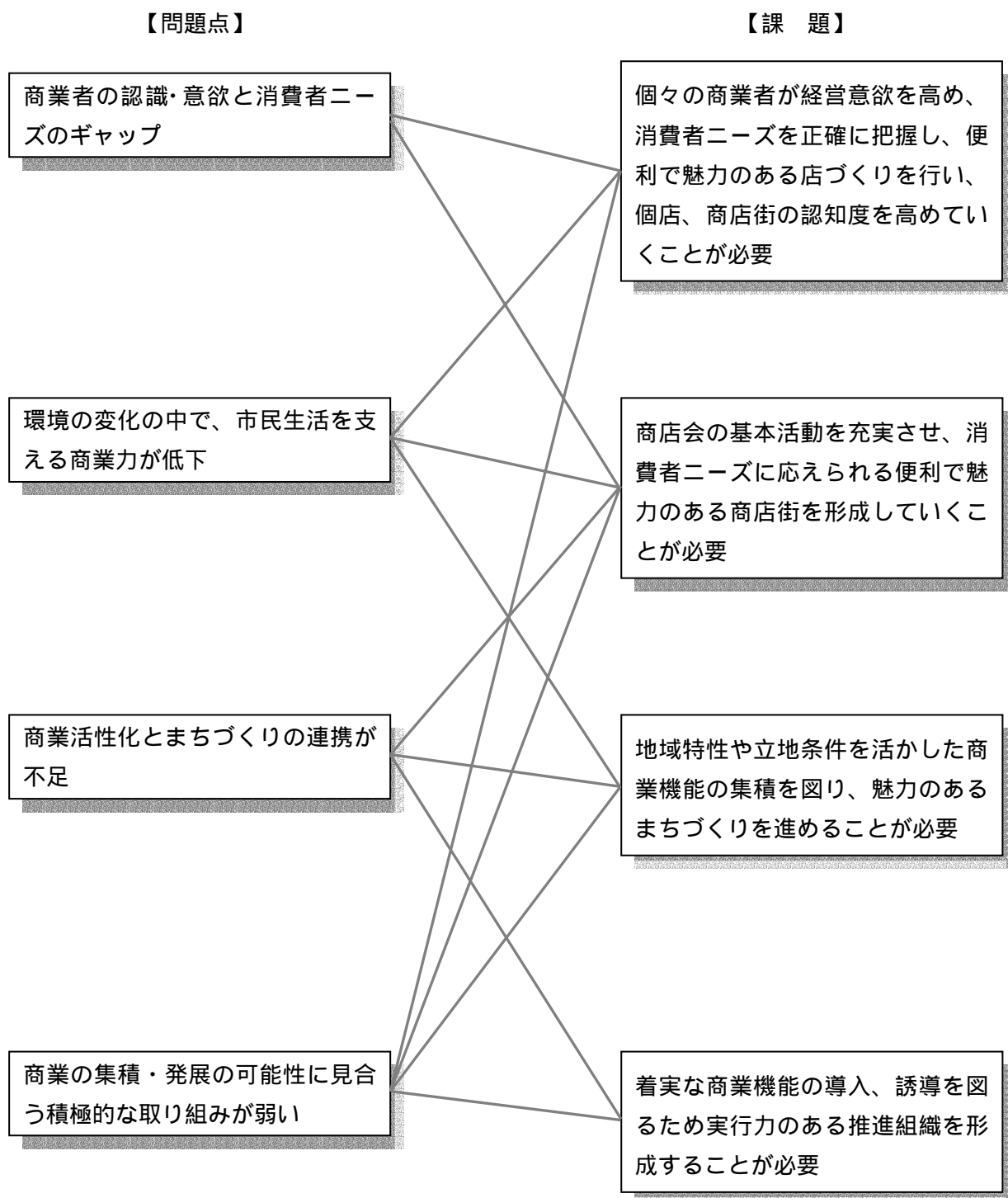
(4) 富士見市商業の集積・発展の可能性

- ・ふじみ野駅や鶴瀬駅の周辺地区では、土地区画整理事業が施行中であり、今後も住宅開発に合わせて人口の増加が見込まれる。
- ・既存の商業集積は、県内他市と比較して少なく、人口等に見合う新たな商業集積の可能性はある。



商業の集積・発展の可能性に見合う積極的な取り組みが弱い

## 2. 課題の集約



### 3 . 課題の整理

個々の商業者が経営意欲を高め、消費者ニーズを正確に把握し、便利で魅力のある店づくりを行い、個店、商店街の認知度を高めていくことが必要

- ・何よりも当事者としての意欲を持って、市内に新たなビジネス・チャンスを広げる姿勢が必要である。
- ・消費者が利用しやすい、魅力ある店づくり、品揃えなど改善工夫が必要である。
- ・大型店にはない、身近さ・機動性・柔軟性など地域の小規模な商店の特性を活かすことが必要である。
- ・消費者への情報発信の工夫が必要である。
- ・商業者同士の経営の強化・改善の新しい連携、協力体制が必要である。
- ・商業者の高齢化・後継者不足の問題や空き店舗問題に対応して、市内で新たに開業を希望する起業家の支援が必要である。

商店会の基本活動を充実させ、消費者ニーズに応えられる便利で魅力のある商店街を形成していくことが必要

- ・商店会は、親睦や街路灯の維持管理センターの会から脱皮し、商店会が抱える問題点・課題に積極的に取り組むことが必要である。
- ・商店会は、総会の開催、会員の総意に基づく運営など基本活動の充実はもとより、活気と魅力ある店づくり、商店街づくりに向けて、独自のビジョン、活動計画を立てることが必要である。
- ・市民、学校、専門家などの協力を得ながら、商店街としての情報発信、地域ニーズの把握、空き店舗の解消、不足業種の誘致、特色づくりなどに取り組むことが必要である。その際、必要性、取り組み易さ、大きな手間や負担をかけないなど、無理のない体制で進めることが必要である。
- ・地元特産物や地域資源の活用が必要である。
- ・規模の小さな商店会が多く存在する地区では、個々の商店会の取り組みだけでは限界があるので、商店会間の連携、協力を広げる必要がある。
- ・実情に応じて、商店会の統合化等商店街活性化に向けた対応が必要である。

地域特性や立地条件を活かした商業機能の集積を図り、魅力のあるまちづくりを進めることが必要

- ・ 活気と魅力あるまちづくりに向けては、各地区・商店街ごとの特性を活かして、市民、学校、専門家などの協力を得ながら、小さな改善工夫の取り組みを積み重ねていく必要がある。
- ・ 駅前周辺地区で土地区画整理事業が施行中であるが、新たなまちづくりと連動した魅力ある商業環境の形成への取り組みが必要である。
- ・ 街の将来構想を地権者、商業者、市民が共有しながら、ソフト、ハードにわたる魅力づくりの取り組みを広げていく必要がある。
- ・ 商業の活性化により、街の活気と魅力、文化を創出する取り組みが必要である。

着実な商業機能の導入、誘導を図るため実行力のある推進組織を形成することが必要

- ・ 駅前周辺地区で土地区画整理事業などが施行中であるが、従来からのハード部門とソフト部門、あるいは、まちづくりの分野と商業の分野という「縦割り型」の体制や発想から脱皮することが必要である。
- ・ 基盤整備を活かした商業機能の集積、活気と魅力あるまちづくりを進めるためには、専門家を活用した実行力のある推進体制を設置して、地権者、商業者等の新たな協力体制づくりや制度の有効活用による新しい事業の導入などを行う必要がある。
- ・ 商業活性化とまちづくりを一体的に推進していくには、市、商工会、商工団体等の日常的連携はもとより、市民、学校、専門家などの協力体制づくりが必要である。

## 第 2 章 商業活性化の基本方針

---

## ．富士見市商業の将来像

富士見市商業の活性化に向けた将来像を、“活気と魅力のある街 ふじみ商業まちづくり”とする。

### 活気と魅力のある街 ふじみ商業まちづくり

この将来像は、次のような展望を示したものである。

市内商業を取り巻く環境は、年々厳しさを増し、様々な問題点や課題が出てきている。

しかしながら、商業者だけの対応では限界にきている。今後、多様な消費者ニーズに応えていくためには、地域の特性や先進事例を活かし、市、商工団体、市民等の協力のもとにアイデアと力を出し合い、少しずつでも新たな改善を行っていく必要がある。

厳しい環境を改善、打開していくためには、まず、商業者も商店街も明日への意欲を持って日々の経営や課題に取り組むことが求められる。

そこから、新たな模索と動きが生まれ、個店や商店街の活気づくりにつながる。さらには一歩進んで、魅力や特色づくりへと発展していく。

消費者、市民にとっても、身近な個店や商店街に活気があり、さらに魅力や特色があれば、いっそう利用しやすくなり、街の中での生活も便利で楽しくなる。また、人々の交流も広がるであろう。

このように活気と魅力づくりは、商業の活性化に取り組む上で重要な目標となる。

同時に、個店や商店街の活気と魅力づくりは、街や地域の状況などまちづくりに密接に関係している。そこで、商業の活性化とまちづくりの取り組みを一体的に進めていくために、商業まちづくりという表現とした。



## ．富士見市商業活性化の基本目標

富士見市商業の将来像を実現するために、次の4項目を基本目標とする。

### 1．消費者ニーズに敏感に対応できる意欲ある商業者づくり

この項目は、商業者の経営意欲や個性を活かし、専門家や消費者との交流を図りながら、経営の質を高めていくことを目標とする。

### 2．身近な地域の生活、交流の拠点となる商店街づくり

この項目は、地域などとの連携を図りながら、消費者の期待に応えられる賑わい・特色のある商店街づくりを進めることを目標とする。

### 3．まちづくりと一体で進める商業環境の形成

この項目は、地域の特性や可能性を最大限に活かし、ハード面での市街地整備からソフトの分野までを含めた、まちづくりとの一体化により、都市の魅力と利便性を高める商業環境を形成することを目標とする。

### 4．ビジョンの推進体制づくり

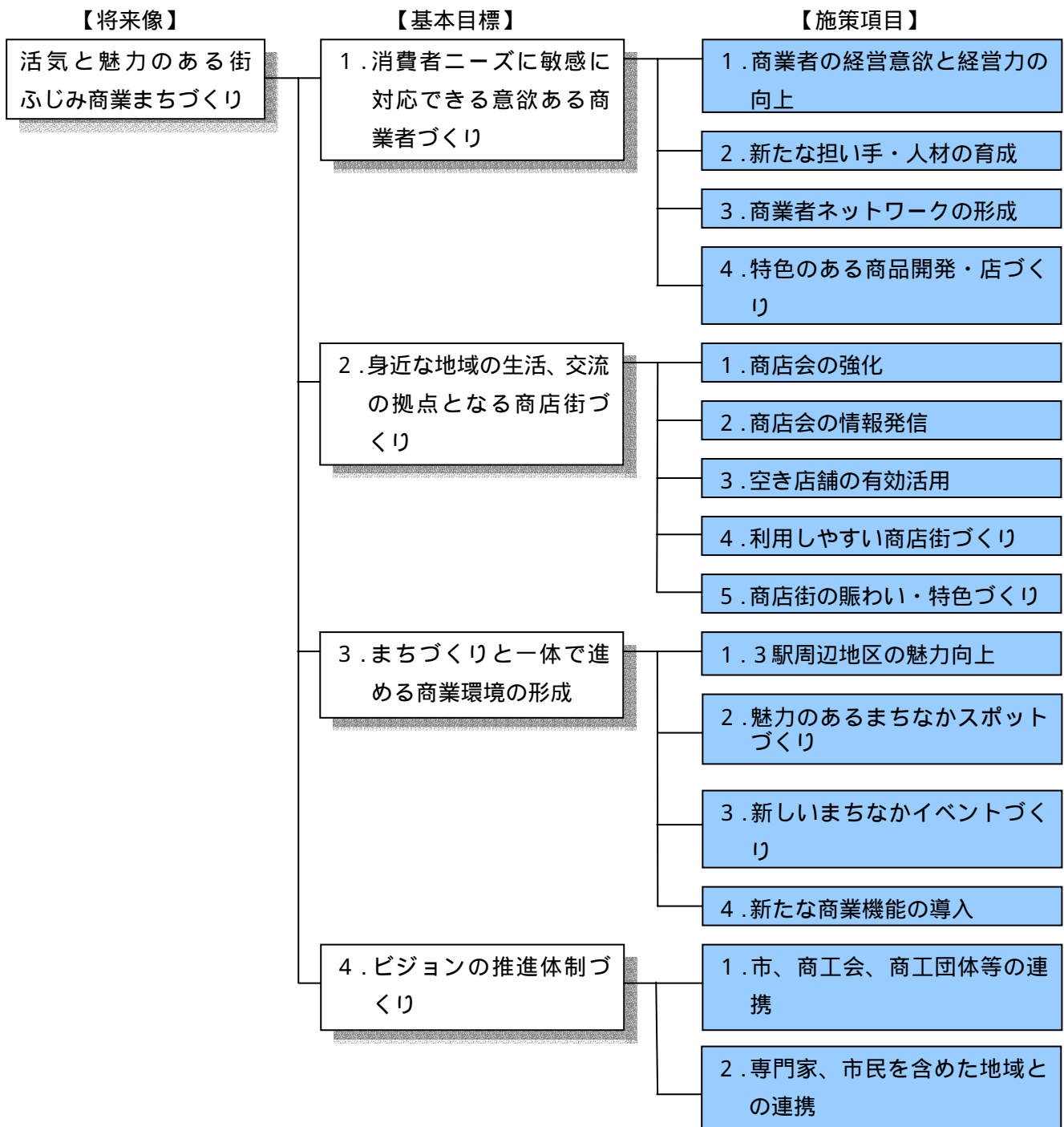
この項目は、商業活性化ビジョンの計画的な推進を図るため、市、商工会、商工団体等が連携を密にし、市民や専門家等の協力を得ながら、推進体制を構築することを目標とする。

## 第3章 事業計画

---

## ．商業活性化施策の体系

富士見市商業の活性化のために、今後取り組みが必要な施策体系は次のとおりである。商業活性化ビジョンの計画期間である10年間において、将来像と4つの基本目標の具体化に向けて、必要かつ実行が可能と考える15の施策項目を設定した。

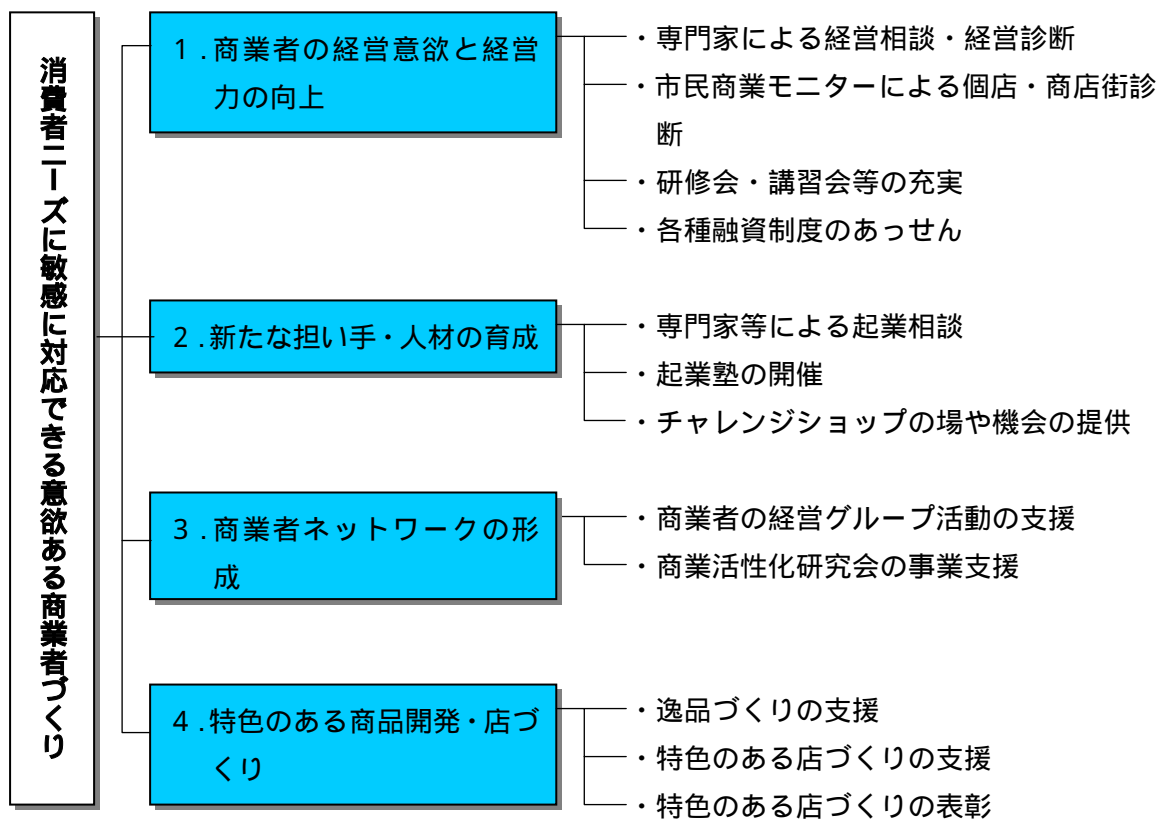


## . 事業計画

### 基本目標 1 . 消費者ニーズに敏感に対応できる意欲ある商業者づくり

商業者の経営意欲や個性を活かし、専門家や消費者との交流を図りながら、経営の質を高めていく

#### 施策の体系



ゴシック体は優先事業

優先事業とは、取り組みやすさ、波及効果、新しさのある事業。

## 事業の概要

事業	概要	主体				
		事業者	商店会	商工会	市民・団体	行政
<b>1. 事業者の経営意欲と経営力の向上</b>						
専門家による経営相談・経営診断	意欲ある経営者に対し、中小企業診断士等の専門家による相談、診断を行う					
市民商業モニターによる個店・商店街診断	市民、団体の協力のもとに、活気と魅力ある店づくり、商店街づくりに向けて、消費者から見た診断、改善提案などを行う					
研修会・講習会等の充実	事業者のニーズに対応した研修会、講習会等を開催する					
各種融資制度のあっせん	国・県・市・商工会等の支援制度の情報を提供し、有効活用を促進する					
<b>2. 新たな担い手・人材の育成</b>						
専門家等による起業相談	意欲ある起業家に対し、中小企業診断士等の専門家による相談を行う					
起業塾の開催	新たな起業を目指す人を対象に、経営手法や事業計画の作成方法等について学べる起業塾を開催する					
チャレンジショップの場や機会の提供	市内で新たに商売を始めようとする人に空き店舗等の情報や場を提供したり、家賃補助などの支援を行う					
<b>3. 事業者ネットワークの形成</b>						
事業者の経営グループ活動の支援	業種や商店会の枠を越えて、意欲のある事業者同士の経営グループ活動(独自商品の開発、店づくり、共同宣伝等)の支援を行う					
商業活性化研究会の事業支援	市内の若手事業者で構成する商業活性化研究会が主体となって実施する事業について支援を行う					
<b>4. 特色のある商品開発・店づくり</b>						
逸品づくりの支援	独自商品の開発やこだわりのある品揃えなど、事業者の逸品づくりに対し、情報提供や経費の補助等の支援を行う					
特色のある店づくりの支援	商店街や街の魅力向上に貢献する店づくりに対し、情報提供や経費の補助等の支援を行う					
特色のある店づくりの表彰	魅力ある逸品づくりや店づくりなどを実施し、市内商業活性化に貢献する事業者を広く顕彰する					

主 体 … 中心的な事業主体： 、対象者： 、支援・協力：

## 優先事業

### 市民商業モニターによる個店・商店街診断

---

- |      |   |
|------|---|
| 目的   | ・女性や消費者の視点で、店づくりや商品構成、接客などについて、気軽にアドバイスが受けられるような機会とする。  |
| 取り組み | ・商店街やまちづくりに関心のある市民や団体グループの協力を得て、応募により市民商業モニターを確保する。<br>・市民商業モニターは、個店や商店会の派遣希望に基づき、店づくり、品揃え、接客態度、商店街の環境づくり、販売促進活動など、消費者からみた評価や改善提案を行う。 |

### 起業塾の開催

---

- |      |   |
|------|---|
| 目的   | ・市内で新たに起業を目指す人を対象に、経営手法や事業計画の作成方法等について学べる起業塾を開催する。  |
| 取り組み | ・起業を予定している人が、円滑に起業又は事業活動を行なうことができるよう実践的な講座等を開催する。<br>・起業塾修了者に対しては、市内で開業できるよう情報や場の提供などの支援を引き続き行っていく。 |

### 商業者の経営グループ活動の支援

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・業種や商店会の枠を越えて、意欲のある商業者が連携して行う経営グループ活動を支援する。  |
| 取り組み | ・経営革新に向けて、新たな企画・実践を考える市内経営者が3人以上で構成するグループ活動を対象とする。<br>・専門家などの協力のもとに、経営改善をはじめ、店舗・商品の特色づくり、共同宣伝の工夫、地域商業活性化のための新企画などに関わる問題・課題の改善・解決に向けての方策づくりを支援する。 |

### 商業活性化研究会の事業支援

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・市内の若手商業者で構成する商業活性化研究会の事業活動を支援する。                                  |
| 取り組み | ・商業活性化研究会が実施する事業に対して、商工会と連携して、事業費の補助などを行うことにより、新たな商業活性化施策の展開を支援する。 |

## 逸品づくりの支援

---

- |      |   |
|------|---|
| 目的   | ・ 独自商品の開発やこだわりのある品揃えなど、個々の事業者や生産者などが行う逸品づくりを支援し、地域の名産品づくりを促進する。     |
| 取り組み | ・ 独自商品や他には無いサービスを提供する事業者等に対して、逸品づくりへの支援をするとともに、消費者への情報提供に対しても支援を行う。 |

## 特色のある店づくりの表彰

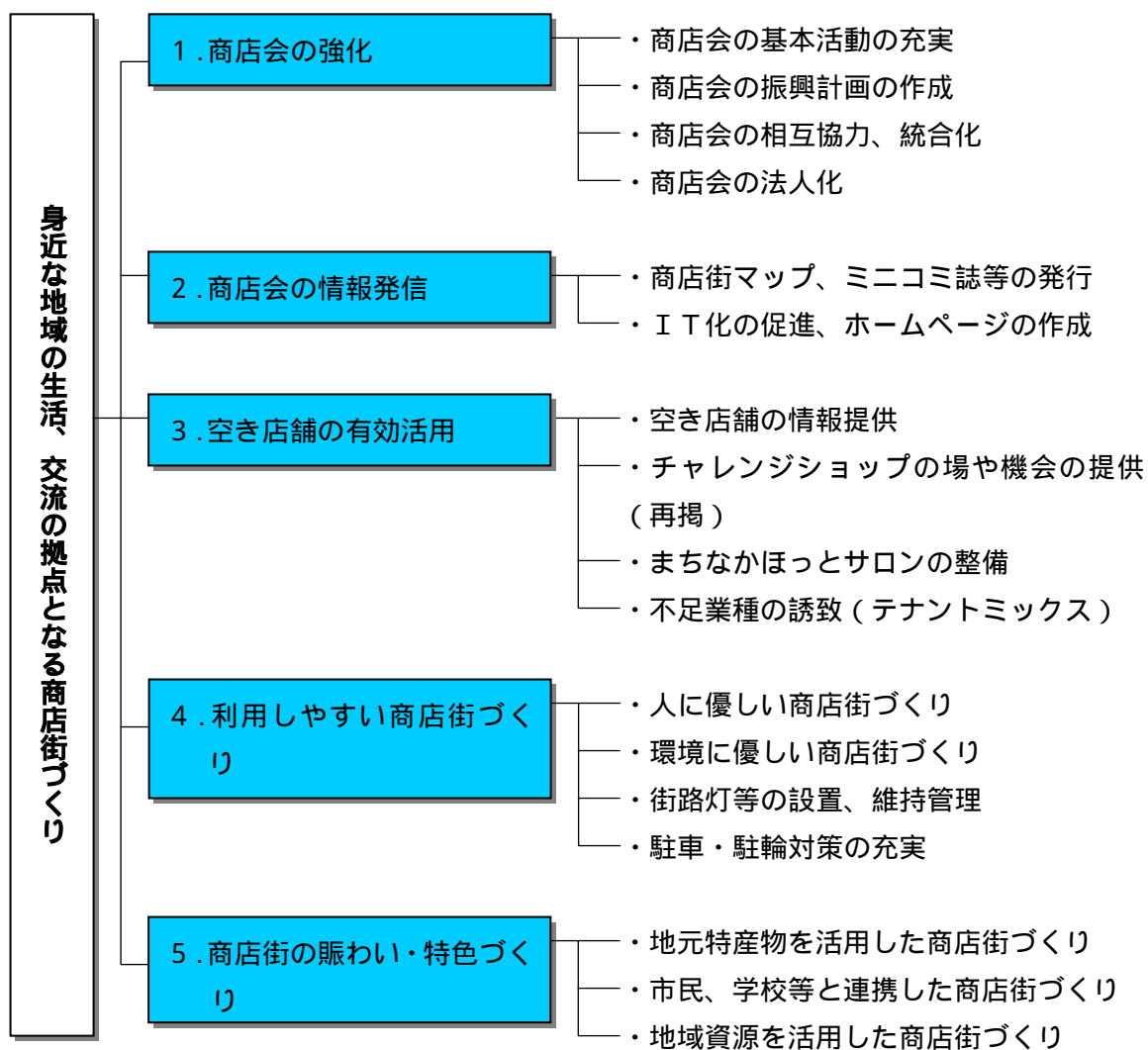
---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 逸品づくりや個性ある店づくりを積極的に行う事業者を広く顕彰することにより、事業者の意欲を高めるとともに、街並み向上を促進する。                                |
| 取り組み | ・ 市民の参加により、個性や魅力ある逸品づくりやサービスの提供、店づくりを行う事業者を表彰する。<br>・ 表彰者には、記念の銘板の設置やパンフレットでの紹介など、情報発信のための支援を行う。 |

## 基本目標 2 . 身近な地域の生活、交流の拠点となる商店街づくり

地域などとの連携を図りながら、消費者の期待に応えられる賑わい・特色のある商店街づくりを進める

### 施策の体系



ゴシック体は優先事業

優先事業とは、取り組みやすさ、波及効果、新しさのある事業。



## 事業の概要

事業	概要	主 体				
		商業者	商店会	商工会	市民・団体	行政
<b>1. 商店会の強化</b>						
商店会の基本活動の充実	総会の開催はもとより、加盟店の総意による商店会活動の充実を図る					
商店会の振興計画の作成	商店会の現状・課題を踏まえ、将来目標と方策づくりなど振興計画の作成を促進する					
商店会の相互協力、統合化	個々の商店会の組織力を補完しあい、地域として一体的な活動ができるよう商店会の連携、統合化を促進する					
商店会の法人化	商店会事業を進めるために、制度活用の受け皿となる事業協同組合や商店街振興組合等の法人化を促進する					
<b>2. 商店会の情報発信</b>						
商店街マップ、ミニコミ誌等の発行	商店街マップやミニコミ誌の発行など商店街の情報発信を促進する					
IT化の促進、ホームページの作成	商業者の意識啓発や導入相談に応じ、個店のIT化を促進するとともに、商店会等のホームページ作成を支援する					
<b>3. 空き店舗の有効活用</b>						
空き店舗の情報提供	市内の空き店舗の位置、家賃等の情報を収集し、意欲ある出店希望者に情報を提供する					
チャレンジショップの場や機会の提供（再掲）	市内で新たに商売を始めようとする人に空き店舗等の情報や場を提供したり、家賃補助などの支援を行う					
まちなかほっとサロンの整備	商店街の空き店舗等を地域の交流や憩いの場として整備活用を図るために支援を行う					
不足業種の誘致（テナントミックス）	商店街の魅力づくりに向けて不足業種の誘致を支援する					
<b>4. 利用しやすい商店街づくり</b>						
人に優しい商店街づくり	バリアフリー化の推進など、誰もが安心して快適に利用できる店舗、商店街づくりを促進する					
環境に優しい商店街づくり	商店街として、資源リサイクルやエコバック運動等の実施を通じ、環境に優しい店舗、商店街づくりを推進する					
街路灯等の設置、維持管理	街路灯やサイン等の設置及び維持管理に関する商店街の環境整備事業への支援を行う					
駐車・駐輪対策の充実	安全で利用しやすい環境づくりに向けて、違法駐車・駐輪や道路へのはみ出し陳列の解消を図る					
<b>5. 商店街の賑わい・特色づくり</b>						
地元特産物を活用した商店街づくり	地域の農業や食料品加工業、生活用品製造業等と連携し、農産物や特産品を販売するなど、特色ある商店街づくりを行う					
市民、学校等と連携した商店街づくり	文化活動に取り組む市民グループや小中学校、大学などと多様な連携を図り、イベントの開催など特色ある商店街づくりを行う					
地域資源を活用した商店街づくり	地域の歴史や、自然を活かした特色ある商店街づくりを行う					

主 体 … 中心的な事業主体： 、対象者： 、支援・協力：

## 優先事業

### 商店会の振興計画の作成

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店会ごとに、現状・問題点や課題を踏まえて、商店街の活気や魅力づくりに向けた将来目標と具体的な方策を検討し、今後の商店会の活動と運営の指針となる振興計画を作成する。   |
| 取り組み | ・ 会員や商店会の抱える問題点や課題を共有しながら、改善策を検討する。<br>・ 専門家、市民、大学等の協力のもとに行う。<br>・ 会員、商店会の実態に応じた柔軟で実践的な体制で取り組む。<br>・ 振興計画作成により、各事業を推進する上で制度活用の可能性が広がる。 |

### 商店街マップ、ミニコミ誌等の発行

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店街マップやミニコミ誌等の発行などにより、商店街の情報を広く消費者に知らせることにより、商店街の認知度を高めていく。  |
| 取り組み | ・ 消費者が商店街を訪れたいような情報を掲載する。<br>・ 各商店、商店街のことはもとより、地域情報もできるだけ収集し提供する。<br>・ 市民、大学等の協力を得ながら、無理のない継続、改善型の体制で取り組む。 |

### IT化の促進、ホームページの作成

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ パソコン、インターネットなど活用して、商店街等の情報発信に取り組む。   |
| 取り組み | ・ 便利で分かり易い情報提供を行うため、市民、大学、関係機関等の協力を得ながら、パソコンの講習会等を積極的に行う。<br>・ 商店会等のホームページを作成し、イベントなどの情報を消費者に発信する。 |

### チャレンジショップの場や機会の提供

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店街の空き店舗の活用の一環として、市内で新たに開業を希望する人に場所を提供し、商店街の活性化を図る。    |
| 取り組み | ・ 開業希望者への情報と場の提供を行う。<br>・ 場の提供については、補助等制度活用含め、一定期間支援を行う。 |

## まちなかほっとサロンの整備

---

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店街の空き店舗等を使って、買物客や地域の高齢者など、だれでも利用できる憩いと交流の場を整備する。                                      |
| 取り組み | ・ 空き店舗の活用を図りながら、商店街の活気づくりを行う。<br>・ 憩いや交流の場としての機能のほか、商店会からの情報発信や地域、団体のお知らせコーナーの場としても活用する。 |

## 地元特産物を活用した商店街づくり

---

- |      |   |
|------|---|
| 目的   | ・ 商店街の賑わい、特色づくりの一環として、消費者の要望が強い地元農産物の販売をはじめ、地場産物をできるだけ地元で販売、消費できるような取り組みを行う。      |
| 取り組み | ・ 農協、市内の農家、加工食品等製造業者、地権者、市民、専門家などと連携して取り組む。<br>・ 空き店舗や市街地内の未利用地を活用した青空市などで、販売を行う。 |

## 市民、学校等と連携した商店街づくり

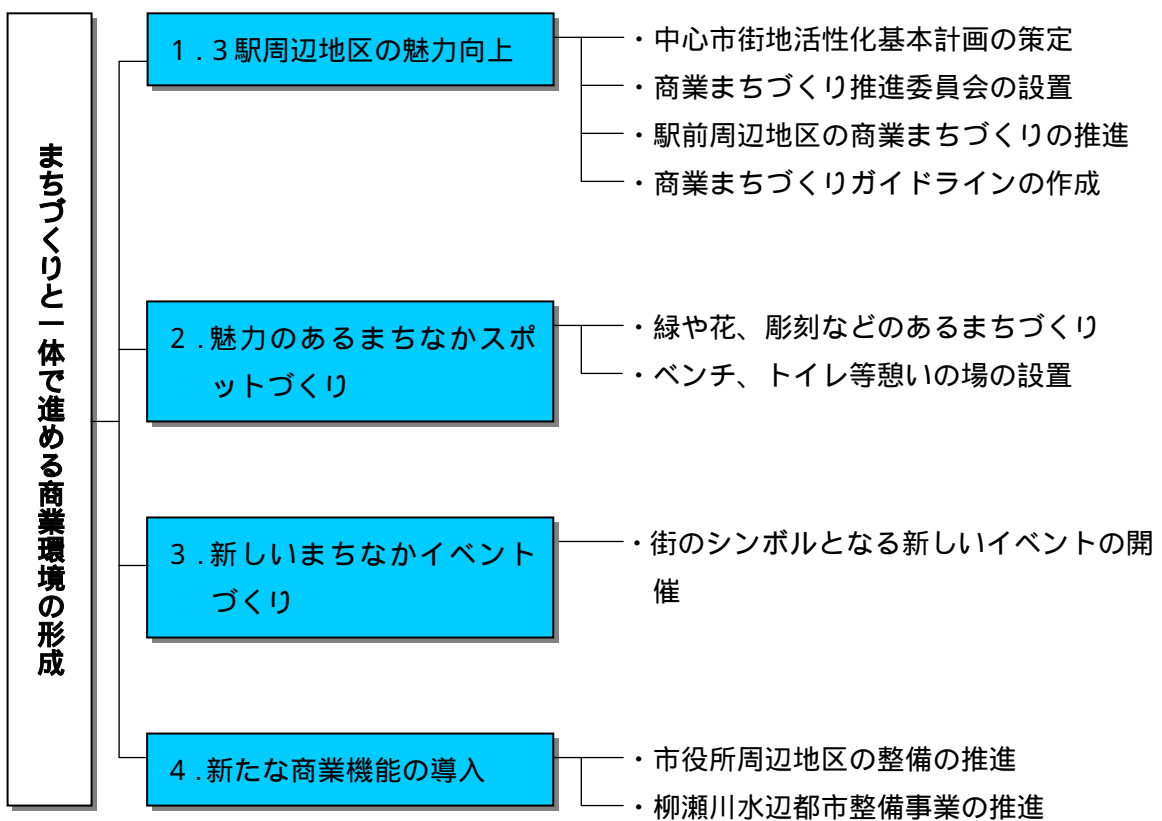
---

- |      |   |
|------|---|
| 目的   | ・ 市民、学校等身近な団体の協力のもとに、各種イベントの開催をはじめ、商店街として持っている専門性を活かした特色ある活動を展開する。  |
| 取り組み | ・ 小中学校、大学などや、地域の文化人と連携して、商店街ギャラリー、商店街スタンプラリー、街角コンサート、パレードなどを企画する。<br>・ 各商店の専門性や商品を活用した生活お助け教室（料理教室、リフォーム教室など）なども行う。 |

## 基本目標 3 . まちづくりと一体で進める商業環境の形成

地域の特性や可能性を最大限に活かし、ハード面での市街地整備からソフトの分野までを含めた、まちづくりとの一体化により、都市の魅力と利便性を高める商業環境を形成する

### 施策の体系



ゴシック体は優先事業

優先事業とは、取り組みやすさ、波及効果、新しさのある事業。

## 事業の概要

事業	概要	主 体				
		商業者	商店会	商工会	市民・団体	行政
<b>1. 3 駅周辺地区の魅力向上</b>						
中心市街地活性化基本計画の策定	中心市街地におけるまちづくりと商業活性化を一体的に推進し、活気と魅力のある商業環境の形成に必要な具体的方策の検討を行い、計画を策定する					
商業まちづくり推進委員会の設置	3 駅周辺地区をはじめ、まちづくりと一体で商業環境の形成を推進するため、専門家などによる委員会を設置する					
駅周辺地区の商業まちづくりの推進	中心市街地を除く駅周辺地区について、立地条件を活かした商業活性化と一体となったまちづくりを推進する					
商業まちづくりガイドラインの作成	魅力のある街と商業環境を形成していくため、地区計画の強化をはじめ、地区ごとのまちづくり協定などきめ細かなガイドラインを作成、運用する					
<b>2. 魅力のあるまちなかスポットづくり</b>						
緑や花、彫刻などのあるまちづくり	地域住民の協力を得ながら、緑や花、彫刻などのある潤いの感じられる商店街、まちづくりを推進する					
ベンチ、トイレ等憩いの場の設置	まちなかのスペースを活用してベンチや公共トイレ、ポケットパーク等憩いの場を整備する					
<b>3. 新しいまちなかイベントづくり</b>						
街のシンボルとなる新しいイベントの開催	市民との協働により、商店街を会場にした、街のシンボルとなる新しいイベントを開催する					
<b>4. 新たな商業機能の導入</b>						
市役所周辺地区の整備の推進	市役所周辺地区の整備計画に基づく、大型商業機能の立地促進を図る					
柳瀬川水辺都市整備事業の推進	柳瀬川水辺都市整備事業の推進により、大型商業機能の立地促進を図る					

主 体 … 中心的な事業主体： 、対象者： 、支援・協力：

## 優先事業

### 中心市街地活性化基本計画の策定

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 中心市街地におけるまちづくりと商業活性化を一体的に推進し、活気と魅力ある商業環境の形成に必要な具体的方策の検討を行い、計画を策定する。      |
| 取り組み | ・ 商業者、地権者、消費者、学識経験者、行政関係者による策定委員会を設置。<br>・ 商工会、地元商店会等商工団体、市民・消費者との懇談会等の開催。 |

### 商業まちづくり推進委員会の設置

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 3 駅周辺地区の商業まちづくり強化ビジョンの作成、事業の具体化、計画的な商業まちづくりを推進する。  |
| 取り組み | ・ 商業まちづくりに関する専門家（学識経験者、コンサルタントなど）や商業者など10人以内で構成する。<br>・ 商業とまちづくりが一体となった取り組みを推進するため、新たな魅力づくりをはじめ、関連事業や機能の導入、地区の開発を誘導するまちづくりガイドラインの作成・運用などについて助言、協力する。 |

### 緑や花、彫刻などのあるまちづくり

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店街やまちなかの魅力、潤いづくりと特色づくりに向けて、緑や花、彫刻などのあるまちづくりを推進する。   |
| 取り組み | ・ 商店街の店先や街路灯を利用して、植物や花を飾る。<br>・ 歩道の整備された商店街については、絵タイル、彫刻などの設置も検討する。<br>・ 地区の特色づくりも目指して、市民等の協力、参加で取り組む。 |

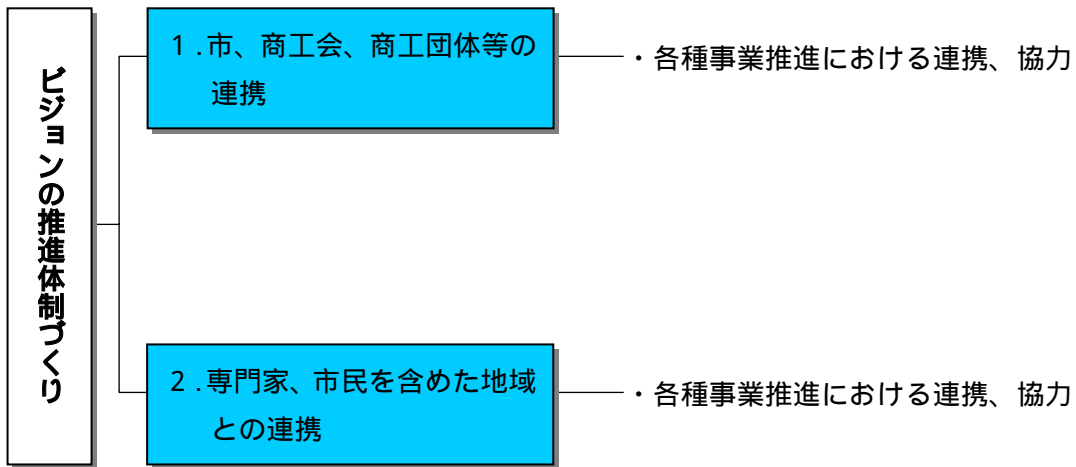
### ベンチ、トイレ等憩いの場の設置

- |      |  |
|------|--|
| 目的   | ・ 商店街等のまちなかの魅力づくりを兼ねた憩いの場として、ベンチ、公共トイレ、ポケットパークなど、街を利用する人が便利で親しみを感じられるような空間づくりを行う。  |
| 取り組み | ・ 地区の特色づくりを目指して、提案方式の活用など、地元企業、専門家、大学、市民の協力、参加で取り組む。<br>・ デザインは公募し、選定委員会の設置、入選提案の表彰なども行う。<br>・ 環境配慮、障害者・高齢者配慮、防災機能などの視点も取り入れる。 |

## 基本目標 4 . ビジョンの推進体制づくり

商業活性化ビジョンの計画的な推進を図るため、市、商工会、商工団体等が連携を密にし、市民や専門家等の協力を得ながら、推進体制を構築する

### 施策の体系



### 事業の概要

事業	概要	主体				
		事業者	商店会	商工会	市民・団体	行政
<b>1 . 市、商工会、商工団体等の連携</b>						
各種事業推進における連携、協力	市、商工会、商工団体等が連携、協力して、商業活性化ビジョンに基づく各種事業を推進する					
<b>2 . 専門家、市民を含めた地域との連携</b>						
各種事業推進における連携、協力	商業活性化ビジョンの推進に向けて、専門家や市民、大学等との連携、協力を得ながら各種事業の推進を図る					

主 体 …… 中心的な事業主体： 、対象者： 、支援・協力：